

# Checkliste

## Candidate Experience im Bewerberprozess schaffen

Einführung:

Candidate Experience ist eines der Schlagwörter, das die HR-Welt mit Blick auf den Fachkräftemangel und die demografische Entwicklung bewegt. Der Begriff umfasst alle Erfahrungen, die ein Kandidat während der Stellensuche und während des Bewerbungsprozesses mit dem Unternehmen sammelt. Für Arbeitgeber gilt: sich vom Wettbewerb abheben, Kandidaten zielgruppengerecht ansprechen und bei ihnen eine positive Grundeinstellung zum Unternehmen aufbauen.

Die Theorie klingt einfach. In der Praxis muss jedes Unternehmen konkrete Lösungen finden, die zum eigenen Betrieb passen, aber auch bei Kandidaten wirken. Wir zeigen Ihnen, wie Sie diesen Prozess systematisch angehen und welche Rahmenbedingungen Sie dabei beachten sollten:

### 1. Vorsprung zeigen

Beweisen Sie potenziellen Kandidaten, dass Ihr Unternehmen den Wettbewerbern einen Schritt voraus ist.

#### a) Kanäle nutzen, die andere nicht nutzen

Bei Print, Onlinestellenbörsen, Social Media und Jobmessen sind Sie ein Unternehmen von vielen. Prüfen Sie, ob es auch individuellere Wege gibt, Bewerber anzusprechen.

*Beispiel IKEA:* <https://www.youtube.com/watch?v=qwmXRAGDHeo>

#### b) Schneller gefunden werden

Optimieren Sie Ihre Stellenanzeigen nach SEO-Richtlinien. Damit erhöhen Sie die Chancen, dass Ihre Stellenanzeige zuerst von Kandidaten gefunden wird.

#### c) Mobilfähige Stellenanzeigen und Bewerberformulare

Stellenanzeigen müssen auf mobilfähigen Geräten einfach und übersichtlich lesbar sein. Mit einem Responsive Design vereinfachen Sie die Lesbarkeit der Stellenanzeigen auf mobilen Endgeräten. Über mobilfähige Bewerberformulare ermöglichen Sie den Bewerbern zusätzlich einen schnelleren und einfacheren Bewerbungsprozess.

### 2. Persönliche Beziehungen aufbauen

Wenn Sie zu Talenten schon im Bewerbungsprozess eine persönliche Beziehung aufbauen, erhöhen Sie die Chancen, die Kandidaten von sich zu überzeugen. So schaffen Sie eine persönliche und nachhaltige Bindung mit Bewerbern:

a) **Kampagnen statt Anzeigen**

Kampagnen mit Stories lösen Gefühle beim Bewerber aus – und bleiben dadurch im Gedächtnis. Nüchterne und sachliche Stellenanzeigen dagegen nicht. Lernen Sie, offene Positionen über Stories in Kampagnen zu kommunizieren. Je mehr „Kante“ Sie dabei zeigen, desto besser. So finden Sie die Menschen, die zu Ihrem Unternehmen passen.

*Beispiel Abwerbekampagne Atlassian:*

<http://gurucareers.com/talent-attraction-atlassian/>

<https://www.atlassian.com/company/about/events/roadshow-recruit>

b) **Perspektiven bieten**

High Potentials suchen Unternehmen mit Perspektiven. Zeigen Sie, dass Sie nicht nur Kandidaten für Routinearbeiten suchen, sondern Menschen, die sich bei Ihnen entwickeln sollen. Dazu können Sie nicht nur gezielt Entwicklungsperspektiven ansprechen, sondern diese auch mit konkreten Beispielen (Mitarbeiterstories) untermauern.

*Beispiel Mitarbeiterstories Maschinenfabrik Reinhausen:*

[http://www.reinhausen.com/de/desktopdefault.aspx/tabid-1592/1993\\_read-4944/](http://www.reinhausen.com/de/desktopdefault.aspx/tabid-1592/1993_read-4944/)

c) **Wertschätzung direkt zeigen**

Je mehr individuelle Wertschätzung Sie Bewerbern entgegenbringen, desto besser festigen Sie die persönliche Bindung. Hier sind Details, aber auch selbstverständliche Dinge wichtig.

- Drücken Sie sich im persönlichen Kontakt immer positiv und respektvoll aus.
- Investieren Sie Zeit in den Bewerber und machen Sie das auch deutlich.
- Beschäftigen Sie sich ausführlich mit dem Lebenslauf, sammeln Sie Zusatzinformationen in sozialen Netzwerken und bauen Sie Bewerbungsgespräche individuell je nach Einzelfall auf.
- Der Bewerber sollte nie das Gefühl bekommen, nur ein Bewerber von Vielen zu sein.

### **3. Einfach und transparent**

Einfache und transparente Prozesse erhöhen nicht nur die Bewerberzahlen, sondern festigen auch die Bindung zu Bewerbern. Je einfacher der Bewerbungsprozess ist, desto weniger Kandidaten brechen die Bewerbung ab. Und je transparenter sie arbeiten, desto weniger Missverständnisse gibt es – die Prozessgeschwindigkeit sinkt, der Output steigt.

a) **Präzise Stellenanzeigen formulieren**

Um qualitative Bewerbungen zu erhalten, müssen Stellenanzeigen so genau wie möglich formuliert sein. Vermeiden Sie allgemeine Angaben, sondern legen Sie konkrete Anforderungen (Muss und Soll) fest und priorisieren Sie diese klar. Damit vermeiden Sie es, unpassende Bewerbungen zu erhalten.

**b) Transparente Prozesse**

Kommunizieren Sie klar die Prozesse (beispielsweise die Bearbeitungsschritte im Bewerberformular), um Fehler vorzubeugen und dem Bewerber eine schnelle Bearbeitung zu ermöglichen. Auch nach der Übermittlung der Bewerbung muss der weitere Prozess klar kommuniziert werden, um unnötige Rückfragen zu vermeiden. Sagen Sie dem Bewerber, wie es weitergeht, wie die Bearbeitungszeiten sind und welche Fristen definiert sind.

**c) Persönlicher Ansprechpartner**

Definieren Sie – wenn möglich – einen verantwortlichen Ansprechpartner. Dieser sollte auch tatsächlich zur Verfügung stehen und Prozessverantwortung besitzen. So können nicht nur Fragen schnell und unbürokratisch geklärt werden, sondern es wird auch die persönliche Bindung zum Bewerber gestärkt.